

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES



Análisis del tratamiento tributario - IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas en territorio peruano

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL
GRADO DE BACHILLER EN CONTABILIDAD**

AUTORES

Apaza Cuba, Paola Yahaira
Arias Contreras, Francisco Antonio

ASESOR

Toledo Concha, Emerson Jesus

2020

RESUMEN

Uno de los principales tópicos a tratar de la economía digital es la legislación tributaria, puesto que, con la llegada de la revolución digital, el comercio electrónico ha tenido un crecimiento acelerado, generando diferencias en la normativa por falta de actualización. La materia de análisis a desarrollar son los servicios de streaming, debido a que su consumo es mayor en personas naturales que en empresas jurídicas, es así que, la legislación tributaria no contempla las personas naturales para la aplicación del IGV por estos servicios. En consecuencia, no se grava el servicio y, por ende, no se recauda el IGV en el territorio peruano. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar el impacto del tratamiento tributario del IGV de las empresas de servicio de streaming no domiciliadas en los ingresos tributarios del Estado peruano. Además, los objetivos específicos buscan verificar si el tratamiento tributario del IGV permite gravar el impuesto por estos servicios en el Perú, el impacto del crecimiento del consumo del servicio en la recaudación del IGV y el cumplimiento del principio de neutralidad en estas empresas. Para ello, el trabajo se da mediante un diseño descriptivo, explicativo y correlacional que permita el análisis de los objetivos. Cabe resaltar que el trabajo tiene como finalidad servir como materia de estudio para futuras investigaciones académicas.

ABSTRACT

One of the main topics to be discussed in the digital economy is the tax legislation, due to the fact that, with the arrival of the digital revolution, the electronic commerce has had an accelerated growth, generating differences in the regulations as a result of the lack of updating. The subject of analysis to be developed are the streaming services, due to the fact that their consumption is higher in natural people than in legal companies, so, the tax legislation does not contemplate natural people for the application of the IGV for these services. Consequently, the service is not taxed and, therefore, the IGV is not collected in the Peruvian territory. The purpose of this research is to determine the impact of the tax treatment of the IGV of non-domiciled streaming service companies on the tax revenues of the Peruvian State. In addition, the specific objectives aim to verify whether the tax treatment of the IGV allows the tax on these services in Peru, the impact of the growth in consumption of the service on the collection of IGV and the compliance with the principle of neutrality in these companies. To this end, the work is done through a descriptive, explanatory and correlational design that allows the analysis of the objectives. It should be emphasized that the work is intended to serve as a subject of study for future academic investigations.

Contenido

1.	Problema de Investigación	5
1.1.	Antecedentes del Problema.....	5
1.2.	Formulación del Problema.....	9
1.2.1.	Problema Principal.....	10
1.2.2.	Problemas específicos	10
1.3.	Justificación de la Investigación	10
1.4.	Objetivos.....	11
1.5.	Alcances y limitaciones de la investigación	12
1.5.1.	Alcances	12
1.5.2.	Limitaciones	12
2.	Marco Teórico.....	13
2.1.	Antecedentes del Problema	13
2.2.	Bases Teóricas.....	28
2.2.1.	Administración Tributaria	28
2.2.1.1.	Marco Tributario del IGV	29
2.2.2.	Servicios	31
2.2.2.1.	Servicios digitales	32
2.2.2.1.1.	Servicios de streaming.....	33
2.2.2.1.1.1.	No domiciliadas	34
3.	Hipótesis y Variables	36
3.1.	Hipótesis.....	36
3.2.	Variables.....	37
3.2.1.	Identificación de variables	37
3.2.1.1.	Variables de la hipótesis general.....	37
3.2.1.2.	Variables de las hipótesis específicas	37
3.2.2.	Operacionalidad de variables.....	38

4.	Metodología de la Investigación	39
4.1.	Tipo de Investigación.....	39
4.2.	Diseño de la Investigación.....	40
4.3.	Población y muestra	40
4.3.1.	Descripción de la Población	40
4.3.2.	Selección de la muestra.....	40
4.4.	Recolección de datos	41
4.4.1.	Diseño de instrumentos	41
4.5.	Procesamiento y Análisis de los datos	42
5.	Administración del Proyecto de Investigación.....	42
5.1.	Cronograma de actividades.....	43
	Bibliografía	45
	Índice de anexos.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ventas digitales, montos totales y recaudación estimada (2016)	6
---	---

1. Problema de Investigación

La finalidad de esta investigación radica en el análisis del tratamiento tributario del IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas y el impacto que genera en la recaudación tributaria del Estado peruano.

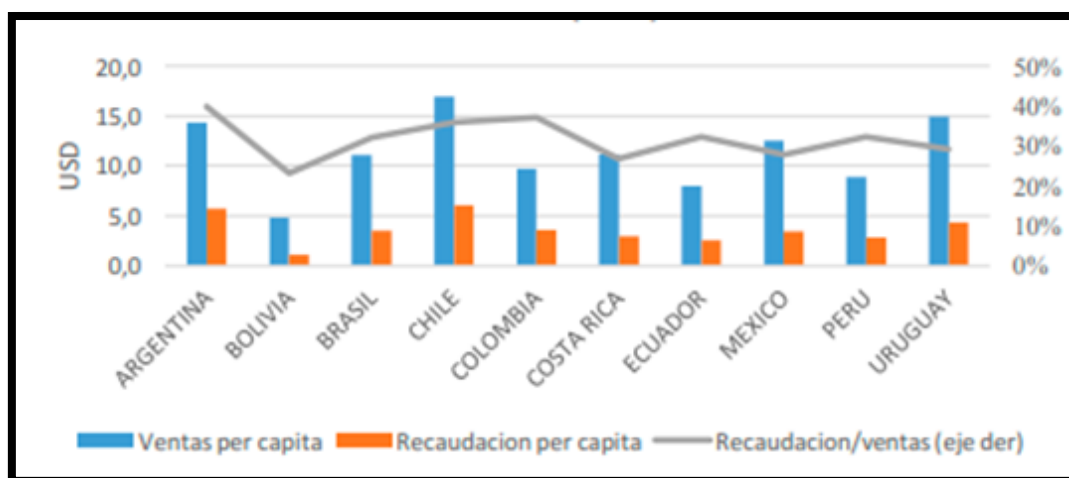
1.1. Antecedentes del Problema

Abreu (2012), indica que los antecedentes del problema son aquellas recopilaciones concretas de trabajos y proyectos realizados que permiten exponer un tema de investigación propuesto. “Es decir, qué clases de estudios se han realizado, las características resaltantes de los sujetos, cómo se han registrado los datos, en qué sitios se han llevado a cabo y qué diseños se han aplicado” (p. 163).

Con el pasar de los años, la economía digital ha ido creciendo y expandiéndose en el comercio de los países. Esto originó cambios significativos en los negocios. Alguno de estos cambios son la existencia de negocios tradicionales con menores costos de transacción, diferenciación del producto y nuevos productos resultado de las nuevas tecnologías. Con respecto al primer cambio, según Hernández & Albagli (2017), los negocios no han cambiado en esencia, sino que se ha reducido el costo de transacciones al juntar al comprador con el vendedor y/o con el producto o servicio final. Por ejemplo, antes se tenía que ir a un lugar específico para poder obtener un producto o contratar un servicio; sin embargo, con la entrada de los servicios digitales, existen plataformas virtuales que reducen este paso de ir personalmente a realizar estas transacciones. Con ello, se ofrece el mismo servicio, pero con menores costos. Con respecto al segundo, existen negocios que se diferencian del resto porque ofrecen sus productos o servicios en modo digital y directo a los consumidores finales. En esta sección se encuentran los servicios de streaming, música digital, venta digital, descarga digital, etc. Con respecto al tercero, estos nacen de los avances tecnológicos como los servidores de búsqueda, redes sociales y aplicativos. En consecuencia, esto ha permitido un aumento en la variedad, calidad y número de bienes y servicios ofrecidos al consumidor final y que, además, se ofrecen a un menor precio, ya que se ahorran estos costos de transacción.

Sin embargo, estas nuevas formas de juntar a los proveedores con el cliente final estarían generando problemas tributarios difíciles de regular, ya que dan la posibilidad de que existan operaciones informales, evasión o elusión de impuestos. Estas dificultades generan que los Estados no puedan recaudar el total de impuestos que deberían tener a causa de estos servicios digitales. Según Hernández & Albagli (2017), Chile, el cual es uno de los territorios con mayor desarrollo económico de Latinoamérica, no recaudó la suma de unos 36.6 millones de dólares por concepto de IVA en el 2016 en los casos de las empresas de streaming y ventas de aplicaciones online. El monto no recaudado representa una cifra alarmante debido a que Chile es el país con mayores ingresos por servicios digitales de Latinoamérica y, si se aplicaran regulaciones para poder cobrar los impuestos tributarios atribuidos a estos servicios, también sería la más alta de la región. Es por ello, que, ante este avance de la economía digital, muchos de los países deben adaptar, actualizar y mejorar su normativa tributaria.

Figura 1 Ventas digitales, montos totales y recaudación estimada (2016)



Fuente: Hernández y Albagli (2017)

Otro país que ha enfrentado un conflicto con la recaudación del comercio electrónico es Colombia. Cabrera (2017), menciona que la economía digital ha generado cambios en los principios tributarios. Por ello, se consideró dos aspectos que son relevantes en este problema; la residencia fiscal y la tributación en la fuente. Para el primer punto, Colombia al ser un país que atrae a empresas tecnológicas, no cuenta con facilidad para una

implementación de regulaciones del exterior debido a que se vería afectada la recaudación por los ingresos reducidos. De acuerdo al segundo aspecto, se consideró que la normativa se encontraba desfazada, es decir, no se tenía normas que establezcan el actuar frente a empresas digitales. Por ello, era necesario actualizar la reglamentación sobre establecimiento permanente y no limitarse a renta de fuente nacional, con el fin de que se encuentren alineados con la economía digital. En conclusión, se explicaba la necesidad de un establecimiento digital que prescindiera de uno físico con el fin de obtener información de los clientes, así como los ingresos generados.

Es por ello, que Colombia a raíz de los problemas tributarios encontrados se vio en la obligación de presentar una norma. Es así que en 2016 mediante la Ley N° 1819, se reguló el aspecto fiscal en la realización de estas actividades económicas. De esta forma, la aplicación dada en el año 2018, estableció un IVA del 19% a todas las empresas digitales, en el cual las mismas debían recaudar el impuesto y pagar a la administración tributaria colombiana por la actividad económica. Para ello, se estableció un periodo de 18 meses con el fin de que las empresas afectadas directamente obtengan un registro de identificación mediante el cual pagarán. En caso las empresas no ejerzan esta norma, serán las entidades bancarias quienes retengan el impuesto (Huanca, 2019).

Otro de los países que regulan el IGV es Argentina, de acuerdo a Videla (2019), a partir de la revolución digital se ha generado un problema fiscal respecto a cómo gravar el IVA de las compañías digitales debido principalmente a la deslocalización de renta, en el cual este país considera un problema respecto al lugar de la aplicación del impuesto; el primero por criterio del país destino, en el cual se considera el país de consumo como el lugar el cual debe gravar el impuesto; mientras que el segundo, país origen, es aquel en el que las empresas gravarían de acuerdo a su residencia fiscal. Los desacuerdos entre países no hacían accesible establecer un lugar de recaudación, principalmente debido a que las empresas digitales mantenían como residencia a los paraísos fiscales. Para Argentina, la ley no mantenía estipulado este aspecto, lo cual hacía imposible la recaudación de impuestos.

Sin embargo, es en 2017 que mediante la Ley 27.430, se reguló estos aspectos. En primer lugar, se estableció el país de consumo como lugar de recaudación debido a que existe explotación efectiva. Respecto al segundo problema, la norma estableció una definición de servicios digitales, así como a la propia empresa como encargada del pago del IVA, en el cual las empresas que generaran ingresos en Argentina tendrían la obligación de registrar y pagar el impuesto. En caso, no se asuma esta posición; es decir, si existiese un intermediario, este último será el encargado de ser el agente de percepción (Videla Kamenopolsky, 2019).

La nueva tecnología permite generar una mayor actividad económica en el país. En consecuencia, se esperaría que los ingresos fiscales en el territorio peruano aumenten considerando gravar el IGV de estos servicios. Sin embargo, debido a que estos se ofrecen de forma intangible, las operaciones se llevan sin control de regulaciones tributarias. Es por ello que, en diversos países como Perú, se han visto forzados a buscar alternativas que permitan la recaudación por estas nuevas formas que ejerce el comercio electrónico, siendo un objeto de estudio las operaciones con usuarios finales a los cuales se les ofrece el servicio.

Sin embargo, hasta la actualidad, el reglamento del IGV no contempla de forma explícita gravar el impuesto general a las ventas de los servicios de streaming, por lo que el ente recaudador del Perú no está recibiendo ingresos por este tipo de operaciones. Si se hubieran realizado las modificaciones a los artículos 4 y 9 de la Ley de IGV del ejercicio 2017, el impuesto recaudado solo por el uso de las plataformas Netflix y Spotify aumentarían en S/ 79,528,201 (Ayala Gómez & Cáceres Armas, 2018). Considerando que los servicios de streaming están presentes en el territorio peruano desde el 2011, se estima que se han dejado de percibir S/ 790,000,000 aproximadamente únicamente en la recaudación del IGV de Netflix y Spotify.

La mayoría de expertos asegura que estos servicios deben ser gravados con IGV. Recientemente, se han propuesto modificaciones para contextualizar las normas tributarias a la creciente expansión de los servicios digitales con el

fin de poder recaudar el impuesto de estos servicios que no encajan dentro de los modelos tradicionales.

La posibilidad de la recaudación del impuesto del IGV no es considerada inalcanzable, todo lo contrario, mediante una mejora en la regulación fiscal se podría lograr el objetivo. Una propuesta es la implementación de un tercero que actúe como agente de retención con el fin de facilitar la cobranza del tributo generado. Según Vargas (2019):

Para gravar este tipo de operaciones de comercio electrónico en el Perú es necesaria la participación de un intermediario que actúe como agente de retención del impuesto. Para ello, resultaría más factible que el agente de retención lo constituyan las empresas operadoras de tarjetas de crédito como son Visa, Mastercard, American Express, entre otros, considerando que los servicios prestados del tipo de las operaciones analizadas son efectuados a través del uso de una tarjeta de crédito o débito para el pago (p. 32).

Debido a que los pagos de estos servicios de streaming se realizan mediante depósitos financieros, sería eficaz la existencia de un agente de retención bancario, ya que evitaría la elusión fiscal del impuesto.

1.2. Formulación del Problema

Bernal (2010) define en una investigación, al problema como “todo aquello que se convierte en objeto de reflexión y sobre el cual se percibe la necesidad de conocer y, por tanto, de estudiar (...) buscando una respuesta” (p. 88). Asimismo, dentro de los criterios para el planteamiento del problema, Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que esta “debe estar formulado como pregunta, claramente y sin ambigüedad” (p. 36).

Por lo descrito anteriormente, el problema de la presente investigación radica en la aplicación del IGV respecto a las empresas de los servicios de streaming no domiciliadas en territorio peruano debido a que la ley de este

impuesto no contempla su recaudación en caso el servicio se ofrezca de forma intangible y sin una residencia fiscal en el territorio peruano.

1.2.1. Problema Principal

¿De qué manera el tratamiento tributario del IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas impactan en los ingresos tributarios del Estado peruano?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿En qué medida el tratamiento tributario del IGV contempla a la población que consume servicios de streaming en el territorio peruano?
- ¿De qué manera el crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana impacta en la recaudación del IGV?
- ¿En qué medida las empresas de streaming no domiciliadas cumplen el principio de neutralidad?

1.3. Justificación de la Investigación

En el Perú, los impuestos generados por los servicios digitales de las empresas no domiciliadas no están siendo recaudados. El presente trabajo busca analizar la situación de la legislación tributaria peruana frente a este tipo de servicio, que se encuentra en crecimiento en el país. Este problema no solo ha existido a nivel nacional, sino que se han visto involucrados diversos países de Latinoamérica. Algunos países como Argentina, Colombia y Uruguay han logrado implementar mejoras en su sistema tributario, sin embargo, en el Perú aún no se ha planteado una solución que busque enfrentar este problema.

El término servicio digital dentro del Reglamento de la ley del Impuesto a la Renta es considerado amplio ya que abarca distintos tipos, por lo cual se considera apropiada una delimitación. Por ello, se ha escogido como materia

de análisis los servicios de streaming debido a que son estos los que principalmente han creado un conflicto en la normativa tributaria peruana debido a que estas son más consumidas por personas naturales que por empresas jurídicas; lo que trae en consecuencia la no recaudación del impuesto del IGV.

Consideramos importante la realización de este trabajo ya que puede ser útil para futuras investigaciones acerca de los vacíos legales tributarios presentes en la normativa peruana. Además, los datos cuantificables del proyecto permitirán un alcance más cercano a la realidad tributaria, debido a que se estimará numéricamente los impuestos por IGV que SUNAT podría haber recaudado por estos servicios. Del mismo modo, se espera que la investigación dada sirva de aporte para futuras propuestas que busquen implementar mejores regulaciones tributarias.

1.4. Objetivos

Hernández et al. (2014), describe a los objetivos como lo que se aspira en la investigación y que debe ser expresado con claridad con el fin de evitar desviaciones en el desarrollo del trabajo.

❖ Objetivo General

Determinar el impacto del tratamiento tributario del IGV de las empresas de servicio de streaming no domiciliadas en los ingresos tributarios del Estado peruano.

❖ Objetivos Específicos

- Verificar si el tratamiento tributario del IGV permite gravar el impuesto por servicios de streaming en el territorio peruano.
- Determinar el impacto del crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana en la recaudación del IGV.
- Determinar el cumplimiento del principio de neutralidad en las empresas de streaming no domiciliadas.

1.5. Alcances y limitaciones de la investigación

A continuación, se presentará los alcances y limitaciones presentes en el trabajo de investigación.

1.5.1. Alcances

La presente investigación tiene un alcance correlacional, de acuerdo a Hernández et al. (2014), la finalidad de este tipo de investigación es “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico” (p. 93). Para este trabajo, se analizará la relación entre la actual normativa del IGV respecto a los servicios de streaming de las no domiciliadas y la recaudación tributaria.

Los impuestos de los servicios digitales son recaudados mediante la renta de 3ra categoría que generan las empresas domiciliadas; sin embargo, para el caso de las personas naturales no existe recaudación del tributo. Por ello, el enfoque se basará en los servicios de streaming ya que estos han tenido más acogida por las personas naturales que por las empresas.

Para lograr cuantificar el impuesto y su efecto en la recaudación tributaria nacional de los periodos 2017-2018 se analizará a las empresas no domiciliadas de Netflix y Spotify ya que son las más representativas en el territorio peruano en la categoría de servicios de streaming.

1.5.2. Limitaciones

Para el presente trabajo, la principal limitación es el acceso a información sobre los ingresos que tienen todas las empresas no domiciliadas que brindan servicios de streaming en el Perú, por lo que se estimará en base a datos proporcionados por investigaciones de 2 empresas representativas del sector de streaming. Asimismo, otras limitaciones son las investigaciones cuantitativas limitadas que existen respecto al análisis de la problemática. Cabe resaltar que estas limitaciones no restringirán ni afectarán el presente trabajo.

2. Marco Teórico

Muñoz (2017) menciona que en el marco teórico se “debe indagar cuáles son las aportaciones literarias, científicas y documentales que existen sobre el asunto en cuestión” (p. 79). Esto se da con el objetivo de contar con información suficiente y adecuada que, soporte y sustente para lograr los resultados al problema de investigación.

2.1. Antecedentes del Problema

Los antecedentes del problema señalan información acerca de la presencia de un problema; es decir, son las síntesis de trabajos de investigaciones previas realizados en torno a una problemática a investigar (Abreu 2012). A continuación, se presentarán los antecedentes que permitirán ahondar con mayor profundidad en el análisis del tema.

Bermúdez, Fernández y Viaña (2015), en su tesina titulada como el Tratamiento Tributario del Impuesto a la Renta de Servicios Digitales – Data Warehousing prestados por empresas brasileras en el 2014, nos comentan que el objetivo de su investigación es determinar el tratamiento tributario del Impuesto a la Renta de los servicios digitales brindados por no domiciliados. En específico, se centran en investigar cómo se debería reconocer el servicio y cuál sería la tasa a retener por la utilización del servicio en el Perú. Para poder realizar esta investigación, los autores realizan un procedimiento práctico en el que reflejan las diferencias entre el tratamiento contable y tributario que se da en operaciones con no domiciliadas oriundas de Brasil. Este procedimiento viene acompañado de consultas con especialistas tributarios y análisis de las principales necesidades de las empresas del Perú. Sin embargo, los resultados reflejan que las empresas encuentran el procedimiento muy problemático y, además, muchas de estas tienen muchas interrogantes con respecto al correcto procedimiento de estas operaciones.

Los autores concluyen que la falta de conocimiento de la normativa tributaria con respecto al tratamiento de los servicios brindados por no domiciliados lleva a que no se retenga o se retenga indebidamente los impuestos. Por ende, ocurren contingencias tributarias que llevan consigo infracciones y sanciones perjudiciales para la empresa. Es decir, el poco conocimiento de la normativa tributaria en el caso de servicios brindados por no domiciliados es muy inexacto, por lo que resulta dificultoso la interpretación y el entendimiento de la norma. Al no tener un entendimiento claro de la norma, muchas de las empresas están cometiendo errores, por lo que son sancionadas por la Administración peruana.

Castro (2016), realiza la tesis “Incidencia del conocimiento de la normativa tributaria sobre servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en la gestión del cumplimiento tributario de la empresa Cóndor Perú S.A.C. en el año 2015”, en la cual desarrolla el nivel de conocimiento respecto a la gestión de cumplimiento tributario de la compañía Cóndor Perú S.A.C, lo cual lo analiza mediante la forma en qué aplican la normativa tributaria cuando existen operaciones con terceros no domiciliados que ofrecen servicios digitales, para lo cual resulta imprescindible el conocimiento fiscal con el fin de no presentar de forma errada en la Declaración Jurada frente a SUNAT los servicios recibidos. De lo explicado, se concluyó que existen deficiencias en el conocimiento tributario de la compañía Cóndor Perú S.A.C. cuando el servicio que reciben es realizado por empresas no domiciliadas lo cual influye en que el cumplimiento tributario sea gestionado de forma negativa. De igual forma, no son aplicados de forma correcta los criterios de determinación de la utilización de los servicios digitales con el fin de gravar el IGV lo que genera observaciones del tributo omitido.

El objetivo general presentado en la tesis analizada busca “determinar de qué manera el conocimiento de la normativa tributaria sobre servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados incide en la gestión del cumplimiento tributario de la empresa Cóndor Perú S.A.C. en el año 2015.” (Castro, 2016, p. 30). Para ello, establece objetivos específicos en el cual busca en primer lugar, identificar si el conocimiento sobre la fehaciencia y formalidad de las normas

fiscales tiene incidencia en la forma de gestionar la rama tributaria en la empresa anteriormente mencionada. En segundo lugar, se busca identificar la forma en que incide la norma del Impuesto a la Renta de empresas digitales no domiciliadas en el cumplimiento tributario en la Compañía. Por último, se analizó la forma en que el IGV de empresas no domiciliadas incide en el cumplimiento tributario de Cóndor Perú S.A.C. El alcance desarrollado en la tesis mencionada es la empresa mencionada anteriormente ya que, es ahí donde se aplicará y deducirá la normativa tributaria.

El diseño de la investigación dado es no experimental-descriptiva debido a que el análisis no tuvo intervenciones de los desarrolladores de la tesis, sino que se describió las variables en un contexto natural en el cual se da en la empresa. El método de investigación es analítico-deductivo, por el cual primero se analiza cada variable de forma independiente, para ello, se desarrolla la norma tributaria referente a empresas digitales no domiciliadas; y por el otro lado se indaga la gestión tributaria de la empresa Cóndor Perú S.A.C. Posteriormente, relacionarlas y ver la incidencia que causa una en la otra variable. Mientras que, por el método deductivo, a raíz de la teoría las cuales son las normas fiscales se buscó obtener conclusiones a partir de la aplicación dada anteriormente en la empresa analizada.

El tipo de investigación realizado es mixto debido a que los datos obtenidos son tanto cualitativos como cuantitativos. En el primer caso, se dio mediante el uso de fuentes bibliográficas; mientras que, para el segundo aspecto, se aplicó un cuestionario para obtener una conclusión de incidencia. De igual forma, como se explicó para desarrollar esta investigación, se realizó encuestas mediante preguntas cerradas que midieran las variables del problema, así como revisión de bases documentarias de la empresa analizada.

El autor concluye que, la empresa Cóndor Perú S.A.C. no cuenta con el conocimiento adecuado de la normativa tributaria cuando se trata de recibir servicios digitales por no domiciliados. Asimismo, pueden llegar a tener fallas en la determinación del servicio lo cual afecta negativamente el cumplimiento de los impuestos a pagar en caso correspondiesen.

Echevarría, Hernández y López (2017), en su tesis de especialización en derecho tributario titulado “Tributación de la economía digital y los nuevos modelos de negocios”, nos brinda un panorama general de los servicios digitales y su impacto en la economía de los países. Tiene como objetivo analizar las regulaciones y los cambios que realizó Colombia para adaptarse a la economía digital. Para ello, los autores hacen una comparativa entre las regulaciones tributarias de Perú y México con la de Colombia, para analizar cuáles son los puntos que se deben modificar para poder enfrentar los avances de la economía digital.

En el año 2016, la comisión de expertos se acogió a las recomendaciones de la OCDE para poder modificar el régimen colombiano. Esto con el objetivo de aplicar el IGV de los servicios digitales, ya que su presencia en el estado colombiano estaba en constante crecimiento. Con la modificación, el Estado Colombiano pudo recaudar efectivamente los ingresos por impuestos que generaban las empresas no domiciliadas en su territorio nacional. Como resultado, la Administración colombiana obtuvo un notable incremento de sus ingresos por recaudación. Haciendo una comparación con los cambios que adaptó Perú, recalca que este Estado ha realizado buenos avances para gravar los servicios digitales en su territorio. Sin embargo, aún tiene deficiencia cuando se trata del caso de las personas naturales, ya que la empresa no domiciliada no se encuentra en territorio nacional, por lo que no se le puede realizar el cobro de sus actividades directamente. Si es que la no domiciliada tuviera alguna presencia física en el territorio, se solucionarían las diferencias tributarias del país.

En conclusión, los autores comentan que se recomendaría que el Estado peruano promulgue beneficios tributarios atractivos para las empresas no domiciliadas que bridan servicios digitales para que estas opten por abrir un espacio físico en el territorio. Esto ayudaría a que la empresa tenga beneficios tributarios y, por el otro lado, el Estado peruano podría recaudar el impuesto de estas empresas. De no ser posible este caso, los autores recomiendan que se aplique la retención del IVA por medio de las entidades bancarias para poder

recaudar efectivamente este impuesto que no se está recaudando en la actualidad.

Narváez (2017) en su tesis para alcanzar el grado en derecho tributario y financiero titulado “El impuesto sobre el valor añadido en el escenario de la economía digital”, tiene como objetivo analizar el funcionamiento del régimen del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) en las operaciones transfronterizas. Especialmente, se enfoca en analizar el régimen del IVA en el país destino al consumo de los servicios digitales. Para ello, la autora ha investigado acerca de los regímenes tributarios de muchos países destino de estos servicios digitales para contrastarlo con los países que regulan los servicios digitales.

La autora menciona que los constantes avances tecnológicos producidos en las últimas décadas han superado los regímenes tributarios que se tenían planeado desde un inicio. Este suceso representa un reto para todas las legislaciones, ya que se dificulta el gravado del IVA en los países de destino de los servicios digitales. Se considera dos grandes retos con relación a la recaudación del IVA. Por un lado, el gran volumen de importaciones de bienes de escasa cuantía y adquiridos en línea. Por otro lado, la entrega de bienes y prestación de servicios intangibles destinados al consumidor final. Frente a ello, la autora determina que existe una deficiencia en la regulación de los países destino de los servicios digitales en comparación a los países origen de estos servicios. En consecuencia, las empresas que brindan servicios digitales transnacionales están reduciendo los impuestos que deberían pagar, hasta el punto de llegar a la elusión completa en algunos casos lo cual representa una vulneración en los principios del sistema tributario.

En conclusión, la autora determina que los países destino de los servicios digitales no están preparados para afrontar la nueva economía digital, pero sí pueden llegar a hacerlo si es que los Estados siguen los modelos europeos de legislación tributaria para adaptarse a la economía digital. Además, recomienda que los países sigan las indicaciones formuladas por la OCDE, para evitar que las empresas de servicios digitales trasladen sus negocios a un país con escasa o nula tributación.

Escalona (2017), en su artículo publicado en Revista de Estudios Tributarios N°17 del Centro de Estudios Tributarios de la Universidad de Chile titulado El IVA de los negocios en la era digital, nos comenta que los negocios digitales tienen características propias que lo diferencian de cualquier otra operación tradicional como que no requiere de presencia física de personas, permite interacciones a la distancia, no existe un espacio físico para ofrecer el servicio, se brinda y se utiliza en horarios flexibles, representa costos fijos bajos, llega a un público más globalizado y el oferente no siempre es visible. Ante ello, indica que existe una problemática en la interpretación de la norma tributaria, ya que no existen actualizaciones sé que adapten al mercado digital.

Uno de los principios del sistema tributario es la facilidad. Este principio indica que las normas tributarias deben ser claras y de fácil comprensión para el público. Esto para evitar confusiones de interpretación o desvíos del tratamiento tributario aplicable. Sin embargo, la ley no respeta este principio en el caso del hecho imponible, ya que ha provocado un gran número de interpretaciones diferentes, lo cual ha provocado lo contrario a su propósito. Con una difícil lectura del hecho imponible y las diversas interpretaciones que provoca, ha generado que, para el caso de los servicios digitales, no muchos de estos servicios no se estén gravando con el impuesto general a las ventas, aun cuando su condición y sus características están comprendidas dentro de lo gravable.

Para concluir, el autor indica que se encuentra indispensable analizar más a fondo el tema tributario de los servicios digitales, ya que tiene muchas carencias en la legislación. Además, menciona que, así como el gobierno permite la facilidad para que las empresas nacionales e internacionales se desarrollen en la economía del país, también se deben facilitar los procesos fiscales por parte del Estado con el objetivo de evitar actos de elusión.

Ayala y Cáceres (2018) en su tesis “Reforma Tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017”, señalan que uno de los principales problemas que se ha generado respecto a las plataformas digitales es el hecho que la

recaudación de este impuesto, en caso no domiciliados, no se da; por lo que genera diferencias en el pago de tributos respecto a empresas domiciliadas. Asimismo, los ingresos que se percibieron en el 2018 por el Gobierno General no incrementaron respecto a años anteriores, debido principalmente por la baja recaudación del IGV y del Impuesto a la Renta. Es por ello que, para modificar los indicadores de ingresos, se busca la implementación de un reglamento. Asimismo, presenta que las modificaciones que se realicen en la normativa fiscal deberían darse principalmente, en el mecanismo de recaudación.

El objetivo principal de esta tesis es analizar las posibles reformas tributarias en la legislación peruana, que de ser aplicadas a este tipo de servicios digitales remunerados de audio y video vía streaming utilizados en el Perú por personas naturales incrementarán considerablemente los ingresos percibidos por la Administración Tributaria. Para ello, se identificó los supuestos contemplados en la normativa tributaria con el fin de conocer si los impuestos respecto a los casos de empresas no domiciliados se encuentran dentro de la normativa, así como su reglamentación. De igual forma, se estimó el impuesto que SUNAT dejó de recaudar debido a las empresas no domiciliadas que ofrecen servicio de streaming a personas naturales en el periodo 2017 así como su proyección, midiendo los efectos que ocasionaría el no cobro del impuesto en los supuestos dados. Por ello, los autores proponen un mecanismo de cobro en el cual la normativa fiscal implemente un nuevo modelo cuando las transacciones se desarrollen entre una empresa no domiciliada digital y una persona natural.

Para lograr el desarrollo de la mencionada investigación, la población escogida fueron estimaciones de usuarios que habitan en Lima Metropolitana que consuman las principales fuentes de streaming en el Perú, así como recolección de entrevistas con empresas que tengan un conocimiento profundo del tema, a partir de estas muestras se determina que la investigación es mixta.

Para Ayala y Cáceres (2018), lo que se debe buscar es establecer el posible mecanismo de recaudación que debería implementar la Administración Tributaria para gravar los servicios digitales remunerados utilizados por personas naturales con el fin de conocer los ingresos no recaudados por la Administración

Tributaria. Para ello, se propone que el agente de retención sean las entidades financieras, asimismo, se debe adaptar legislaciones de países que hayan enfrentado el mismo problema tributario. Un factor importante que también aporta a la recaudación de los impuestos son los Convenios de Doble Imposición que se establezcan con otros países en los cuales se encuentre aplicado la legislación contra este impuesto, lo cual pueda permitir retener el importe del tributo y ser pagado a la Administración Tributaria peruana y de esta forma evitar la doble imposición y tanto los proveedores como usuarios finales no se verían afectados. proveedores como usuarios finales no se verían afectados.

Los autores concluyen a raíz de su investigación, que la ley debería buscar eliminar los vacíos respecto a la recaudación de servicios digitales en no domiciliadas y las entidades financieras serían adecuadas para el cobro debido a que no incurrirían en gastos extras lo cual generaría que la recaudación, la cual se ha visto afectada en los últimos años incrementemente, así como la población que consume estos servicios lo está haciendo.

Tupayaqui (2019), desarrolla la tesis “Análisis de la incidencia del Impuesto a la Renta en los casos de Uber y Airbnb”, en la cual menciona que uno de los impuestos que también necesita ser regulado es el Impuesto a la Renta. Por ello, considera que, los cambios en las transacciones comerciales han creado el “consumo colaborativo”, en la cual interviene el prestador que brinda un servicio en línea a los usuarios finales con el fin de lucrar, lo que resalta de este modelo es el grado de participación de los consumidores, lo cual se da de forma masiva. De esto, se desprende las complicaciones existentes de que la potestad tributaria peruana pueda gravar este impuesto surgido en la actualidad. En el análisis, también se busca desarrollar principalmente los casos de Uber y Airbnb.

Respecto a la problemática de la potestad tributaria, Tupayaqui (2019), concluye que todas las rentas generadas en el territorio nacional deben ser gravadas en el Perú, sin embargo, la realidad es diferente ya que, la tributación se da en otros países debido a que la vinculación descrita en la ley es que debe existir una personalidad jurídica que tenga relación con el Estado para que se realicen los cobros, lo cual al no existir, como es el caso de los consumidores, que al ser

personas naturales se afectaría el impuesto, además se debe considerar que la residencia fiscal de la empresa que brinda los servicios tampoco se encuentra en el Perú. El problema principal que se abarca es que de acuerdo al artículo 6 de la Ley del Impuesto a la Renta, se establece que las empresas no domiciliadas tributen por renta de fuente peruana, sin embargo, las empresas al no tener una residencia en el Perú y al tener una constitución en extranjero brindando mediante la industria digital servicios gravados no se sabe dónde se debería tributar.

Para ello, en la investigación se detallaron dos casos. Tanto Uber como Airbnb; con lo cual, se debió verificar la condición de no domiciliado, así como la generación de renta en el Perú. Por ello, se dio el análisis de la Ley del Impuesto a la Renta en la cual se demuestra que sí se cumple con los requisitos dentro del aspecto legal para tributar en el Perú debido a que los servicios, a pesar de tener sede fiscal en otros países, los servicios son brindados en territorio nacional, asimismo se complementa con la misma ley que dispone al servicio digital como afecto a pago del tributo.

De la investigación dada se concluye que una regulación que abarque el “consumo colaborativo” cuando se trata del mercado digital como el tradicional sería adecuado ya que generaría menores diferencias cumpliendo el principio de equidad. Otro aspecto a mejorar son los vacíos que existen en la normativa tributaria respecto al cobro de empresas digitales no domiciliadas, la cual debería abarcar los participantes, los requisitos para que se consideren dentro de este tributo y el alcance de la ley.

En conclusión, Tupayaqui (2019), propone un marco normativo tributario que abarque los aspectos, anteriormente mencionados, respecto al cobro del Impuesto a la Renta como es la aplicación de una definición que abarque el servicio de empresas digitales en el Perú, así como el agente retenedor del impuesto, el cual se propone a los bancos debido a que otras formas de recaudación serían menos viables.

Sotomayor y Valverde (2019), en su artículo titulado “La imposición al consumo en la era de los servicios digitales”, nos comenta que para que un servicio esté gravado con el IGV debe cumplir con el aspecto objetivo y el aspecto personal que estipula la ley del IGV. Por un lado, el aspecto objetivo señala que para que un servicio sea objetivo de la hipótesis de incidencia del IGV peruano, el servicio debe ser utilizado en territorio peruano, independientemente de donde se realice el pago de este. Comparándolo con las características de un servicio como lo especifica la Ley del IGV, un servicio digital encaja en esta definición de servicio. El concepto de utilización del servicio se puede describir como el gozar o consumir de un bien o servicio. Por último, el concepto de territorio peruano significa que se debe realizar este consumo dentro de los límites del Perú. Con todos estos requisitos cumplidos, los servicios digitales son objetivos de la hipótesis de incidencia del IGV por lo que estas operaciones deben ser gravadas en el Perú.

Por otro lado, el aspecto personal hace referencia a quien es el sujeto obligado a cumplir con el pago del impuesto. Este, en la normativa peruana, sería el usuario final de una operación, quien es el que consumirá el servicio en el territorio peruano. En el caso de las empresas jurídicas que solicitan un servicio digital, estas están obligadas a pagar el impuesto y lo pagan mediante el impuesto de tercera categoría. Sin embargo, se presenta un problema con respecto a las personas naturales sin negocio que deciden adquirir estos servicios para su goce personal. En este último caso, se presenta el concepto de habitualidad que es cuando los servicios onerosos o similares sean de carácter comercial. Es decir, solo cumple con el aspecto personal cuando estas personas utilizan estos servicios digitales para propósitos comerciales, mas no para goce personal. Esto se debe a que el concepto no es tan explícito y se presta a muchas limitaciones. Por ello, las personas naturales que adquieren servicios digitales para uso personal no están siendo considerados en el aspecto personal de la ley.

Por todo lo señalado, el autor concluye que si bien la legislación del IGV permite sostener que la utilización de servicios digitales en el Perú sea gravada con el impuesto. La problemática se encuentra en determinar quién es el obligado a

pagar este impuesto; es decir, presenta una deficiencia en el aspecto personal, específicamente en el concepto de habitualidad. Sin embargo, un reto es el encontrar un mecanismo adecuado que permita la recaudación del impuesto, ya que, si no se presenta un adecuado sistema recaudador, no se podría cobrar el impuesto de estos servicios digitales.

Huanca (2019), en su tesis “El comercio electrónico prestado por sujetos no domiciliados a personas naturales no habituales: Implicancias en el Impuesto General a las Ventas”, desarrolla la problemática de la regulación tributaria del comercio electrónico debido a la recaudación que no está percibiendo la Administración Tributaria en el Perú y la ventaja competitiva reflejado en las condiciones no equitativas que existen entre empresas nacionales y no domiciliadas debido a que empresas domiciliadas que prestan los mismos servicios se encuentran obligados a pagar los impuestos correspondientes. Asimismo, presenta propuestas de regulación teniendo como referencia la forma de negociación de las principales plataformas del comercio electrónico como lo es Netflix.

El objetivo principal de la tesis analizada fue demostrar las deficiencias que existen en la normativa tributaria y del mismo modo proponer una nueva forma de regular el impuesto, para ello se considera las experiencias de recaudación impuestas en otros países que cuenta con un sistema fiscal similar al de Perú. Para desarrollar lo anteriormente mencionado, menciona que los modernos instrumentos de comunicación han generado nuevas formas de desarrollar negocios lo cual ha traído como consecuencia beneficios principalmente tributarios.

Si bien, como lo describe Huanca (2019), existen proyectos con el fin de regular la forma en que pagan los tributos, estos no representan una solución absoluta como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el cual se centra en la presentación de una lista que establezca cual es el domicilio fiscal de las empresas con el fin de que cada país pueda supervisar la existencia de recaudación tributaria en caso de empresas no domiciliadas; sin embargo, la aplicación no se extiende cuando el servicio es brindado a un

consumidor ya que estos deberían en tal caso estar obligados a presentar una autoliquidación del impuesto, lo cual en muchos territorios no está establecido ya que el que retiene es una persona jurídica. De este modo, la tesis se centra en la legislación nacional, ya que de esa forma se puede lograr la recaudación obligatoria. Para ello, propone un cambio en el sujeto del impuesto que grava las operaciones y la forma en que se da este servicio, así como la implementación de agentes retenedores de este impuesto sin perjudicar el servicio recibido y los gastos generados.

El autor resume su problemática en dos puntos importantes. En primer lugar, la ventaja competitiva entre empresas domiciliadas y no domiciliadas que brindan servicios digitales mientras que, como segundo punto menciona las legislaciones de países latinoamericanos que implementaron la recaudación del IGV frente a esta problemática. Es así que una implementación en la norma del IGV principalmente sobre los agentes de retención tomando como referencias las legislaciones de países similares a Perú tendría como consecuencia la eliminación de ventajas existentes con lo cual se cumpliría el principio de neutralidad.

Sucasaca (2019), presenta la tesis “Problemática actual y propuesta del tratamiento tributario del IGV en la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a consumidores finales, la necesidad de su regulación en la política tributaria del Perú Moderno”, en la cual, analiza el IGV y sus aspectos cuando existe un servicio recibido de empresas extranjeras hacia consumidores finales en el territorio nacional.

El problema identificado que presenta la tesis mencionada, es que la legislación peruana presenta deficiencias respecto a la forma de recaudación del IGV en sus diferentes aspectos. De ello, se deduce que un problema específico encontrado es la vulneración del principio de neutralidad. Para ello, se basa en el Reglamento de la Ley del IGV, debido a que se debe reconocer el servicio brindado por no domiciliados como gravados con el IGV debido a que como lo expresa (Sucasaca, 2019, p. 34), “configura el supuesto de utilización de servicios en el país, siendo el contribuyente obligado al pago del Impuesto el

sujeto que utiliza el servicio en el país.” Asimismo, las empresas de streaming, las cuales brindan servicios en el Perú habiendo generado renta de fuente peruana en cuentas del extranjero. Este hecho crea diferencias en el tratamiento tributario respecto a empresas domiciliadas que ofrecen el mismo servicio debido a que en ambos casos a pesar de que se encuentren gravados bajo legislación, solo se cumple el pago de impuesto en empresas peruanas.

En consecuencia, la generación de diferencias en precios se da como una realidad injusta, lo cual vulnera la equidad ya que solo una parte paga los impuestos. Por ello, se ve la necesidad de regular la legislación que permite el cumplimiento de este principio. Es por ello, que la tesis analizada toma como muestra las legislaciones de países alrededor del mundo que hayan tenido el problema de la regulación de impuestos de empresas no domiciliadas y hayan logrado resolverlo. Asimismo, compara estas normas establecidas en los diversos países buscando aplicar una ley conveniente que no genere mayores gastos de los ingresos por recibir.

La propuesta de regulación dada por Sucasaca (2019), busca ser eficaz, justa y simple. Para ello, se debe precisar en la nueva legislación que el gravamen incluye empresas no domiciliadas que brinden servicios digitales en territorio peruano. Otro aspecto, que se debe ver es la habitualidad, la cual debe ser implementada con el fin de que la norma contemple a los usuarios finales. De igual modo, es relevante el costo-beneficio que sustenta la propuesta, en lo cual se ha concluido que no existirán gastos adicionales debido a que solo se busca cubrir los vacíos que se encuentran tanto en la Ley del IGV como en su reglamento.

Zegarra (2019), en su artículo titulado “comentarios para modernizar el régimen del impuesto general a las ventas en el Perú en el marco de la economía digital: La experiencia de la comunidad europea y el inmaduro régimen peruano”, abarca las regulaciones europeas y las regulaciones peruanas para poder realizar una comparativa entre ambas. Tiene el objetivo de brindar ideas de como actualizar la regulación tributaria en el Perú, tomando como base la legislación europea.

La autora menciona que existen diversos modelos de negocio en la economía digital designados por la Sexta Directiva de la Unión Europea. Entre ellos, el modelo publicitario, de servicios de intermediación, de acceso a contenido digital y comercio electrónico. Para todos estos modelos, la normativa del IGV cubre las operaciones que realizan, por lo que estos deben de estar gravados con el impuesto, ya que este marco legal tiene los puntos sólidos que permiten una recaudación efectiva. Estos puntos que menciona el artículo son el aspecto subjetivo, el aspecto material y el aspecto espacial. El primero indica que el consumidor final es quien carga con el pasivo del IVA y el sujeto pasivo recibe el impuesto del cliente, independientemente del lugar en el que esté, pero tiene la obligación de pagarlo al fisco. En segundo lugar, debe tratarse de una entrega de bienes o servicios y que sea por título oneroso. Los servicios digitales están clasificados dentro de servicios y son considerados título oneroso ya que se realiza de manera económica. Por último, indica donde se consume y goza el servicio o bien. En retrospectiva, comparándola con las regulaciones del estado peruano, la normativa tributaria se encuentra desfasada, por lo que es normal apreciar que no se esté recaudando impuestos de los servicios digitales.

En conclusión, la autora afirma que la normativa del IGV del Estado peruano es incompleta e inefectiva en términos de recaudación. Es por esta gran problemática que se necesita la modernización de la norma tributaria del IGV para que pueda adaptarse a la economía digital. Por último, el autor concluye mencionando que el mecanismo óptimo para la recaudación tributaria debe combinar la participación de los proveedores y las entidades financieras para que tengan la obligación de retener el IGV de estas operaciones.

Pintado (2020), en su tesis de posgrado "Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018", desarrolla la problemática de la recaudación tributaria en los servicios digitales prestados por no domiciliados y como afecta en la recaudación de impuestos por la Administración Tributaria. De acuerdo al autor, si estos servicios estuviesen regulados por la normativa, se lograría tener una mayor recaudación de

impuestos. Para ello, busca determinar cómo es esa relación y qué debería mejorar en la normativa.

La investigación dada cuenta con un método analítico debido a que se va a revisar las normas tributarias existentes. Del mismo modo, presenta un enfoque mixto; por un lado, cualitativo ya que se entrevista a especialistas del tema de tesis, revisión de investigaciones realizadas sobre el tema y jurisprudencia existente, mientras que, por el otro lado, se buscó estimar mediante una medición los ingresos por IGV e IR que el Estado no percibe por las empresas digitales no domiciliadas.

Asimismo, Pintado (2020), obtiene en sus resultados de acuerdo al análisis cualitativo, que la falta de mecanismos en la ley ha llevado a que no se perciba ingresos por servicios digitales. Asimismo, se menciona que otros países latinoamericanos han regulado la normativa que contenía una problemática similar y partir de ello se puede tomar como referencia para una mejora en los cambios normativos tributarios peruanos. De ello, también se deduce que las entidades financieras son una parte importante para lograr estos cambios, si se toma como ejemplo a los otros países como Argentina o Uruguay, los bancos serían aquellos entes recaudadores del impuesto. Sin embargo, se debe buscar este apoyo sin perjudicar su operatividad.

El autor concluye que modificaciones a la normativa del IGV e IR serían una solución factible para lograr la recaudación en el caso de empresas digitales no domiciliadas que prestan un servicio en Perú. Para ello, se debe considerar las normativas de otros países y la forma en qué empezaron a recaudar su impuesto y ver si es posible aplicarlo en territorio peruano, asimismo las entidades financieras realizarían la retención del impuesto.

En síntesis, lo presentado en los antecedentes nos muestran una clara realidad de la problemática existente en la normativa tributaria del IGV en el caso de empresas no domiciliadas que ofrecen el servicio de streaming y como esta ha afectado en la recaudación del impuesto mediante el análisis de la norma y otras investigaciones, así como el aporte de cambios que se deberían incluir tanto en

la Ley del IGV como en su reglamento. Esta información servirá como base para los argumentos del presente trabajo.

2.2. Bases Teóricas

A continuación, se presentarán las bases teóricas que servirán de apoyo para el desarrollo de la presente investigación.

2.2.1. Administración Tributaria

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), según el Artículo 50 del libro segundo titulado “La Administración Tributaria y los administrados”, se le considera una entidad competente para la administración de tributos internos y derechos arancelarios, así como las solicitudes y procedimientos tributarios que correspondan llevar a cabo las labores tributarias. En otras palabras, SUNAT es un ente capacitado que administra todos los tributos internos y de derechos arancelarios, ya que tiene la capacidad y la potestad para desempeñar este papel. Sin embargo, no es el único órgano resolutor del país en materia tributaria. Junto a ella, se suman el Tribunal Fiscal, los Gobiernos Locales y otros que hayan sido designados por ley. Solo estos 4 organismos tienen facultades de administración tributaria designadas por ley y ninguna otra organización o institución.

Dentro de las facultades tributarias que tienen los organismos de la Administración está la facultad de recaudación. (SUNAT) tiene la potestad de recaudar los tributos de todos los contribuyentes que sean objeto de la hipótesis de incidencia de los tributos. Esto quiere decir que, si los contribuyentes están dentro del margen de la ley de algún impuesto, se les gravará con una tasa de impuesto a las actividades que realicen. Ante ello, SUNAT es la encargada de recaudar estos impuestos gravados. Para ello, SUNAT utiliza varias fuentes como lo son las Entidades Bancarias o los mismos contribuyentes mediante retenciones. Existen diversos tributos en el Perú, pero los principales son el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas. De estos dos, el

Impuesto General a las Ventas es el que genera más ingresos por recaudación para el Estado peruano, por lo que una deficiencia en el marco normativo del IGV afectaría significativamente los posibles ingresos del Estado.

2.2.1.1. Marco Tributario del IGV

El Impuesto General a las Ventas (IGV) es un impuesto plurifásico y no acumulativo que grava las fases de producción y distribución de un bien o servicio hasta llegar al consumidor final, quien carga con el pago del impuesto. Por un lado, es plurifásico porque está presente en todo el proceso de conversión, producción y distribución de un bien o servicio hasta que llega al consumidor final. Por otro lado, se dice no acumulativo, ya que solo grava el valor agregado en cada etapa del ciclo económico. Esta tasa está compuesta por el 16% del IGV, propiamente dicho, y un 2% adicional destinado al Impuesto de Promoción Municipal (IPM). Con ello, se da el 18% que habitualmente aparecen en los comprobantes de pago al realizar una compra de un bien o servicio.

Existen 5 operaciones gravadas con el IGV en el Perú que son irrefutables. La primera es la venta en el país de bienes muebles. En segundo lugar, tenemos la prestación o utilización de servicios en el país. En esta segunda operación gravada, estarían incluidos los servicios brindados por no domiciliados que se utilizan en el territorio peruano. Sin embargo, el panorama es aún incierto, ya que, aun cuando calza dentro de los parámetros para ser una operación gravada, no se está gravando actualmente en la regulación peruana. En tercer lugar, los contratos de construcción también están gravados con IGV. En cuarto lugar, se encuentran gravadas las primeras ventas de inmuebles que realicen los constructores de los mismos. Por último, la ley detalla que las importaciones de bienes también deberán ser gravadas con el IGV.

Como se mencionó anteriormente, para estar gravados con el IGV, los contribuyentes tienen que estar dentro de la hipótesis de incidencia del tributo. Para el caso del IGV, existen cuatro aspectos esenciales de la hipótesis de incidencia que son causales de gravar el Impuesto general a las

ventas. En primer lugar, el aspecto material es el aspecto que responde a la pregunta qué se pretende gravar. Es decir, analiza la operación con respecto a la norma para saber si está gravada o no con el IGV. Estas operaciones son las que se mencionaron en el párrafo anterior. Por ejemplo, si se genera una venta de un producto; según el aspecto material, esta operación debería estar gravada ya que está dentro de las cinco operaciones que grava el IGV.

En segundo lugar, el aspecto espacial es el aspecto que responde a la pregunta de en dónde se está grabando la operación. En el caso de la legislación peruana, la utilización de servicios se encuentra gravada cuando se consumen o efectúan en el país. Siguiendo el ejemplo anterior, si esta venta se realiza en el territorio peruano, según el aspecto espacial, esta operación debe de estar gravada con el IGV. Caso contrario, si la venta se realiza fuera de territorio nacional, no estaría cargada con el impuesto. Para el caso de las empresas no domiciliadas, la normativa tributaria nos indica que son gravadas con el IGV si se consumen en territorio nacional independientemente de donde se realice el pago del servicio.

En tercer lugar, el aspecto temporal es el aspecto que responde a la pregunta de cuándo se grava o nace la obligación tributaria. Para efectos del IGV, la normativa tributaria nos especifica que la obligación tributaria nace en el momento que se anote un comprobante de pago por un servicio o venta de algún producto. Siguiendo el ejemplo de esta venta realizada en territorio peruano, cuando se llegue a concretar la venta en un comprobante físico como una factura; según el aspecto temporal, esta operación ya estaría gravada con el impuesto. Sin embargo, si es que no se llega a realizar mediante algún comprobante, el servicio no estaría completado por lo que se llevaría a una sanción tributaria por realizar ventas sin emitir comprobantes de pago.

En último lugar, el aspecto subjetivo es el aspecto que responde a la interrogante de quién es el sujeto que va a cargar con la obligación tributaria llamado deudor tributario y quien es el sujeto que recibirá el importe recaudado llamado acreedor tributario. Por un lado, el código tributario define al deudor tributario como aquel sujeto que recae en la hipótesis de incidencia

y realiza el hecho imposible para que su operación sea gravada con el IGV. Por otro lado, el acreedor tributario sería el Gobierno Central quien es la entidad que recibe los impuestos recaudados y lo utiliza para los gastos públicos del país. Siguiendo el ejemplo anteriormente mencionado, el acreedor tributario es el sujeto que compra el producto en el territorio peruano y recibe una factura. Al realizar el pago, el 18% de esta corresponde al IGV, por lo que el vendedor de esta operación debe guardar este importe para entregárselo a SUNAT mediante una declaración mensual, ya que esta entidad está calificada para realizar esta actividad. Este importe recaudado del vendedor llegará al Gobierno central, quien es el acreedor tributario, como un ingreso por recaudación tributaria.

Si es que una operación recae en todos los aspectos anteriormente mencionados, significa que está dentro de la hipótesis de incidencia del Impuesto General a las Ventas, por lo que la operación en mención debería estar gravada con el impuesto. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, no todas las operaciones están siendo gravadas con el IGV. Existen operaciones que no se regulan explícitamente en el reglamento, por lo que actualmente no están siendo gravadas. Estas operaciones son las comúnmente denominadas servicios digitales de las cuales se mencionarán en más detalle en los siguientes párrafos.

2.2.2. Servicios

Los servicios son operaciones realizadas con un tercero sea natural o jurídico satisfaciendo las necesidades mediante la prestación de este servicio. De acuerdo a La Ley del Impuesto General a las Ventas, artículo 3, inciso c), se conceptualiza al servicio como prestaciones que un tercero sea “persona natural o jurídica realiza a favor de otra y por la cual tiene una retribución o ingreso que califique como renta de tercera categoría para efectos del Impuesto a la renta, aun cuando pudiera no estar afecto a dicho impuesto”. (Decreto Supremo N° 055-99-EF, 1999). Asimismo, cabe resaltar que este concepto busca la generalidad del impuesto, así como la equidad del impuesto, ya que, dentro del artículo se clasifica como ingreso que se

convierte en renta de tercera categoría lo cual contempla a todas las empresas que brindan un servicio a otra sin distinción.

De igual modo, Villanueva (2008), considera que, aunque el término “servicio” descrito por la ley tributaria es amplio y debe ser limitado; esta comprende la transferencia del servicio como un hecho gravado si se cumple con el reglamento del IGV. Asimismo, define al servicio como “aquellas situaciones jurídicas en que el comportamiento del deudor satisfaga el interés del acreedor” (p. 254). Es así que todo acto que resulte en una relación jurídica en la cual exista una persona que brinde el servicio y otra que reciba será considerado como servicio para efectos tributarios.

Asimismo, se debe considerar que la prestación de un servicio es brindar lo solicitado obteniendo una retribución a cambio, sin embargo; este término no implica dar el bien en propiedad al usuario ya que, si bien no se encuentra contemplado en la Ley del IGV, se encontraría un problema ya que la propiedad es una definición que se abarca en la venta de un bien.

2.2.2.1. Servicios digitales

Para entender los servicios digitales, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2019) define a estos como aquellos que son prestados mediante la tecnología utilizada por el internet o cualquier medio de plataformas electrónicas y requieran de una pequeña intervención humana. Es así que se prioriza la existencia de una interfaz digital en la cual el usuario acceda sin necesidad de tener a un proveedor que le brinde el servicio de forma automática debido a que el sistema mediante la web es quien interactúa con el cliente.

Por otro lado, Muñoz (2008), define el servicio digital como una contraprestación producto de las operaciones del comercio electrónico que mantiene un contenido intangible en el cual no es necesario contar con un lugar físico para brindar el servicio, sino que, a través de los medios

electrónicos, el usuario tiene acceso a esta. Para que se cumpla con lo mencionado anteriormente, la autora presenta aspectos requeridos para contemplarlos; los cuales son la simultaneidad, la intangibilidad y la interacción. Respecto a la primera característica, se debe entender que, a la solicitud del cliente, el servicio empezará a actuar, esto es lo que principalmente define al servicio digital, el hecho que la contraprestación sea brindada de forma automática e inmediata. De esta forma, la utilización de activos no es requerida en primera instancia; sin embargo, el prestador de servicio es integrado a la solicitud. De igual modo, la intangibilidad no puede ir separada del servicio digital ya que esto mismo lo que diferencia entre estos servicios y los tradicionales ya que no son físicos, pero se transmiten mediante la red. Por último, la interacción es un efecto del uso de este servicio, debido a que los servicios deben ser solicitados por un usuario y quien lo brinda creando un espacio de interacción.

Dentro del Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta en el artículo 4° A inciso b), define a los servicios digitales como todo servicio disponible mediante “internet o cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes”. Asimismo, este servicio solo es viable por la existencia de este medio tecnológico. Dentro de la misma legislación, se establecen diferencias entre diferentes servicios que pueden ser brindados de forma tecnológica.

2.2.2.1.1. Servicios de streaming

Existe dentro del Reglamento de la Ley del IR, términos que definen los distintos tipos de servicios digitales. Para efectos de la presente investigación se limitará a definir el término que envuelve a los servicios de streaming; si bien no se encuentra de forma literal en la norma se define a los “accesos a una página de internet interactiva”, en el cual la norma lo define como servicios que el proveedor brinda a los usuarios mediante internet en el cual los suscriptores reciben contenido digital, lo principal de este tipo de servicio

es que se busca la interacción del cliente con la página como son los vídeos, música, entre otros.

Sotomayor y Valverde (2019), mencionan en su investigación que hoy en día la revolución digital ha permitido el acceso a servicios que en años anteriores aún era difícil sin un acceso al producto de forma tangible. Sin embargo, hoy en día, se logra tener acceso de forma digital mediante la vía streaming. El servicio es brindado mediante plataformas en la cuales se logra ver películas, series, etc. Para ello, se debe tener acceso al internet en el cual mediante un registro de usuario se logrará la creación de una cuenta, la cual deberá pagar mensualmente para lograr acceder al contenido. Cabe resaltar que el cargo mensual por el servicio recibido no se mediante efectivo u otro pago físico, esta también es considerada una característica del streaming.

2.2.2.1.1.1. No domiciliadas

Respecto a los servicios digitales brindados por empresas no domiciliadas en el Perú son bastantes debatibles debido a que la normativa vigente del IGV no contempla, literalmente, gravar este impuesto para estos casos. El comercio electrónico puede clasificarse en directo o indirecto. Por un lado, en cuanto al comercio electrónico indirecto se ha indicado que consiste en adquirir bienes tangibles que se utilizan luego de usar medios convencionales de distribución como envío postal y de mensajería. Por otro lado, en cuanto al comercio electrónico directo se ha indicado que es aquel mediante el cual el pedido, el pago y el envío del intangibles y/o servicios se producen “on-line”, como programas informáticos, servicios de información, etc. (Campagnale, Catinot y Parrondo (2000). No obstante, a pesar de que su definición está contemplada en la ley y que, debido a sus características deberían ser gravadas con el IGV, sus diversas interpretaciones debido a que no respetan el principio de facilidad, generan que se tenga un panorama incierto con respecto a los servicios digitales.

Como se menciona anteriormente, quien carga con el pago del IGV es el consumidor final. Es decir, si una empresa domiciliada solicita y goza de un servicio digital brindado por una empresa no domiciliada, en efecto, este

servicio sería considerado como un hecho imponible del IGV, ya que se estaría prestando en territorio peruano, y quien cargaría con el pago de este impuesto es la empresa peruana mediante su renta de tercera categoría o renta empresarial. Según el INFORME N° 002-2019-SUNAT/7T0000 emitido por SUNAT, el 15 de enero de 2019, este hecho califica como una operación de utilización de servicios afecta al IGV, teniendo la calidad de contribuyente el sujeto domiciliado que es quien utiliza dicho servicio. De esta forma, la Administración estaría recaudando el IGV de estas empresas no domiciliadas.

Sin embargo, en el caso de las personas naturales que gozan de un servicio brindado por una empresa no domiciliada, no se podría realizar de igual forma, ya que ellos no declaran renta empresarial. Para ello, se utiliza el concepto de habitualidad. Según el numeral 1 del artículo 4 del Reglamento de la ley del IGV, tratándose de servicios, siempre se considerarán habituales aquellos servicios onerosos que sean similares con los de carácter comercial (Decreto Supremo N.º 122-1994). Es decir, se entiende que el servicio se vuelve un hecho imponible del IGV cuando esta actividad tiene una intención comercial, más no cuando es para uso personal y no comercial; por lo cual, en este último caso estaría exento del IGV. Sin embargo, este servicio debería estar gravado con este impuesto, ya que se goza en territorio peruano y la persona natural sería el usuario final. Sin embargo, en este pago, el Estado no estaría recaudando el IGV, ya que el cobro a las no domiciliadas sería impracticable y no se cuenta actualmente un medio de recaudación del cobro directo al usuario final, cuando este es una persona natural.

No obstante, no sería correcto afirmar que solo servicios habituales son gravados con el IGV, ya que aquellos no considerados en este tipo de actividad también se encuentran en los causales del hecho imponible; que son, el prestar un servicio en territorio peruano y que el usuario final cargue con la responsabilidad del impuesto. Según Sucasaca (2019), el IGV es un impuesto que considera como hecho gravable la utilización de servicios, en el cual se establece como contribuyente al usuario del servicio prestado por sujeto no domiciliado. Si solo se considera como hecho gravable del IGV los

servicios brindados por empresas no domiciliadas a empresas nacionales o cuando sean operaciones habituales a personas naturales, se estaría mostrando una clara desventaja para las empresas nacionales que brindan servicios, ya que ellos sí tienen la obligación de cargar con este tributo, mientras que las empresas no domiciliadas no estarían pagando este tributo a excepción de cuando ofrecen sus servicios digitales a empresas domiciliadas. Por ello, se podría decir que la normativa vigente del IGV está aún incompleta, ya que no abarca todos los puntos que deberían ser incluidos para que una operación sea gravada con el IGV.

3. Hipótesis y Variables

A continuación, se presentarán las hipótesis del problema principal, así como de los específicos. A partir de ello, se delimitará las variables.

3.1. Hipótesis

Muñoz (2017), define a la hipótesis como “la explicación anticipada y provisional respecto al problema planteado, para probarla por medio de una investigación.” (p. 116). Es decir, la investigación debe buscar comprobar la hipótesis o desaprobarla, de acuerdo a los resultados obtenidos.

❖ Hipótesis General

El tratamiento tributario de del IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas impactan de manera negativa en los ingresos tributarios del Estado peruano.

❖ Hipótesis Específicas

- El tratamiento tributario del IGV permite gravar el impuesto por servicios de streaming en el territorio peruano solo a las personas jurídicas y personas naturales habituales.

- El crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana impacta de manera inversa en la recaudación del IGV.
- Las empresas de streaming no domiciliadas incumplen con el principio de neutralidad.

3.2. Variables

De acuerdo a Hernández Sampieri et al. (2014), las variables son capaces de ser medidos, asimismo, estos relacionados con otras variables “forman parte de una hipótesis (p. 105)”. De esta forma, a partir de las hipótesis generadas, se ha identificado las variables que serán objeto de investigación.

3.2.1. Identificación de variables

Se han identificado las variables para su posterior demostración mediante sus indicadores.

3.2.1.1. Variables de la hipótesis general

- **Variable 1:** Tratamiento tributario del IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas
- **Variable 2:** Ingresos tributarios del Estado peruano.

3.2.1.2. Variables de las hipótesis específicas

- **Variable 3:** Tratamiento tributario del IGV
- **Variable 4:** Población que consume servicios de streaming
- **Variable 5:** el crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana
- **Variable 6:** Recaudación del IGV

- **Variable 7:** Empresas de streaming no domiciliadas
- **Variable 8:** Principio de neutralidad

3.2.2. Operacionalidad de variables

- **Indicador de la variable 1:** La no recaudación del IGV en el Perú por servicios de streaming de no domiciliados

Si bien no existe data exacta de las personas que consumen estos servicios a los cuales pagan un monto mensual, CEPAL ha estimado los ingresos que en Perú se percibiría si existiese la norma.

- **Indicador de la variable 2 y 6:** Ingresos por tributos – SUNAT

SUNAT presenta de forma anual un informe de ingresos por tipos de tributos, en el cual es el IGV, el impuesto relevante para la investigación. De ello, se logrará indicar los ingresos que percibe actualmente.

- **Indicador de la variable 3:** Ámbito de aplicación del IGV

La ley del IGV define quiénes son los usuarios a los cuales se les debe gravar este impuesto. De esta manera, se analizará y dividirá entre las personas sean naturales o jurídicas que están obligadas a pagar el IGV.

- **Indicador de la variable 4:** Población generadora del hecho imponible de servicios de streaming

A partir de la normativa tributaria, se analizará junto a las estadísticas de las personas naturales y jurídicas brindadas por el INEI, el alcance del hecho imponible en la población respecto al consumo de los servicios de streaming brindados por no domiciliados.

- **Indicador de la variable 5:** el crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana

En el Perú, cada año se incrementa el consumo de los servicios digitales, principalmente por los streaming que se consumen. De esta forma, se busca analizar este crecimiento de forma general.

- **Indicador de la variable 7:** Informes de comparación entre empresas domiciliadas y no domiciliadas que brindan servicios de streaming

Mediante informes que desarrollen la comparación de empresas domiciliadas y no domiciliadas que presten los servicios de streaming se logrará observar las diferencias existentes respecto a la forma de tributar en ambos casos.

- **Indicador de la variable 8:** Legislación tributaria

En la legislación tributaria se contempla el principio de neutralidad tanto su concepto como el ámbito de cumplimiento. A partir de este indicador se logrará analizar su aplicación en el caso de empresas que brindan servicios de streaming sean domiciliadas o no domiciliadas.

4. Metodología de la Investigación

A continuación, se presentará el tipo de investigación, así como el diseño seleccionado. Posteriormente, se escogerá la población, muestras y recolección de datos que serán útiles para lograr resultados.

4.1. Tipo de Investigación

Los tipos de investigación que se aplicarán en el presente proyecto son el descriptivo, explicativo y el correlacional. Bernal (2010), menciona que el tipo de investigación se da en base a los fines que se quiera llegar y a partir de este se procederá a analizar y desarrollar la investigación.

4.2. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación es una estrategia que permite la obtención de información para lograr responder a un problema de investigación (Bernal, 2010). Asimismo, para el presente trabajo los diseños seleccionados son el descriptivo, correlacional y explicativo. Respecto al primer diseño, tiene como fin la indagación de información en la cual solo se tiene como fin describir el problema o situación (Muñoz, 2017). Esto es relevante en el presente proyecto debido a que la legislación mantiene conceptos y características necesarias para describir el hecho de que no se mantenga ingresos por servicios de streaming en casos de no domiciliados. Respecto al diseño correlacional, se debe tener presente que el problema principal es la influencia que mantiene una variable sobre otra, por ello, se deberá analizar la relación existente entre variables. Asimismo, en el diseño explicativo, como lo define Muñoz (2017), la deducción del investigador respecto a un tema se torna importante ya que este es el que da la explicación a partir de sus ideas. Este diseño es importante debido a que, el principio de neutralidad, aunque se encuentre definido en la legislación tributaria se deberá exponer como se debe dar su aplicación en la realidad peruana.

4.3. Población y muestra

En los siguientes párrafos, se describirán la población y muestra que son materia de estudio en el desarrollo de esta investigación.

4.3.1. Descripción de la Población

La población de la investigación es la totalidad de elementos o individuos que tienen similares características sobre las cuales se desea hacer inferencia (Jany, 2005). Para la presente investigación, la población son todas las empresas que brindan servicios digitales y que sean no domiciliadas en territorio peruano.

4.3.2. Selección de la muestra

La muestra de la investigación es la parte de la población que se selecciona para obtener realmente la información necesaria para el desarrollo de la investigación y sobre el cual se efectúan la medición y observación de las variables objeto de

estudio (Bernal, 2010). Para la presente investigación, la muestra son las empresas no domiciliadas que brindan únicamente servicios de streaming en territorio peruano.

4.4. Recolección de datos

La recolección de datos implica crear procedimientos específicos que permitan obtener los datos pertinentes para lograr respuestas al problema de investigación (Hernández Sampieri et al., 2014). En esta etapa se debe reunir la información sugerida a partir de las variables de la investigación. Cabe resaltar que, al ser una investigación mixta, se recolectará información estandarizada de estudios previos y confiables por parte del aspecto cuantitativo; mientras que, por el enfoque cualitativo, se analizará documentos que permitirán su relación para obtener resultados conforme se avanza con el trabajo. Por ende, en este trabajo de investigación se procederá a coleccionar la siguiente información.

- Revisión de estadísticas
- Posturas de distintos autores
- Análisis de documentos
- Entrevistas
- Fichas bibliográficas

4.4.1. Diseño de instrumentos

Los instrumentos de investigación son “herramientas utilizadas por el investigador en la recopilación de datos” (Muñoz Razo, 2017, p. 119), estas deberán estar presente en la investigación de acuerdo a lo que se busque demostrar a partir de la muestra escogida. Para el presente trabajo se consideró necesario tres instrumentos.

- **Datos estadísticos:** Data seleccionada del CEPAL respecto a estimaciones de ingresos no percibidos por servicios de streaming brindados por empresas no domiciliadas.

- **Informes:** Informes del INEI, SUNAT, Resoluciones del Tribunal Constitucional y otros trabajos.
- **Entrevistas:** Selección de opinión de expertos tributarios con amplio conocimiento en el tema de investigación.

4.5. Procesamiento y Análisis de los datos

En esta etapa, se recolectará la información mencionada previamente, la cual será analizada. Asimismo, se realizará las entrevistas a expertos tributarios con el fin de conocer su punto de vista sobre el tema. Posteriormente, se desarrollará toda la información hasta la obtención de resultados.

5. Administración del Proyecto de Investigación

A continuación, se presentará el cuadro de las actividades a llevarse a cabo para la realización de la tesis.

Bibliografía

- Abreu, J. (2012). La Formulación de los Antecedentes del Problema de Investigación Científica (The Formulation of the Scientific Research Problem Background). *International Journal of Good Conscience*. Abril, 7(1), 163–168.
- Ayala Gómez, E. K., & Cáceres Armas, A. (2018). Reforma Tributaria Pendiente De Negocios En Plataformas Virtuales De Paga En El Peru Y Su Impacto En La Recaudacion Fiscal De Lima Metropolitana 2017. En *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*.
<https://doi.org/10.19083/tesis/625760>
- Bermúdez Rojas, K., Fernández Morales, S., & Viaña Bejar, C. (2015). *Tratamiento tributario del Impuesto a la Renta de servicios digitales - Data Warehousing prestados por empresas brasileiras en el 2014 a la empresa "Smart Info S . A . C " Lima -Perú*.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed). Pearson Educación.
- Cabrera, O. S. (2017). Aspectos Tributarios De Las Plataformas Digitales En Colombia: Actualidad Y Retos (Tax Aspects of Digital Platforms in Colombia: Present and Challenges). *Revista de Derecho Fiscal*, 10, 85–101. <https://ssrn.com/abstract=3177432>
- Campagnale, N., Catinot, S., & Parrondo, A. (2000). *El impacto de la tributación sobre las operaciones internacionales*.
- Castro Romo, Á. R. (2016). *Incidencia del conocimiento de la normativa tributaria sobre servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en la gestión del cumplimiento tributario de la empresa Cóndor Perú S.A.C. en el año 2015*.
- CEPAL. (2019). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe*.

Decreto Supremo N° 055-99-EF, (1999).

Echevarría, P., Hernández, A., & López, L. (2017). *Tributación de la economía digital y los nuevos modelos de negocios*.

Escalona Caba, E. (2017). *El IVA En Los Negocios De La Era Digital*. 9478, 31–56.

Hernández, L., & Albagli, P. (2017). *Economía Digital : Oportunidades y Desafíos* (Núm. 40).

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Definición del alcance de la investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. En *Metodología de la investigación*. (Vol. 6, pp. 88–101).

Huanca Vargas, I. (2019). *Por Sujetos No Domiciliados a Personas Naturales No Habituales* : Universidad de Lima.

Jany, J. (2005). *Investigación integral de mercados* (McGraw-Hill (ed.)).

Muñoz Razo, C. (2017). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. En *BMC Public Health* (Vol. 5, Número 1).
<https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>

Muñoz, S. (2008). *Los servicios digitales como supuesto de renta de fuente peruana*.

Narváez, N. (2017). *El impuesto sobre el valor añadido en el escenario de la economía digital*. Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE.

Pintado Castillo, C. A. (2020). *Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

- Sotomayor Hernández, P., & Valverde Casas, N. (2019). *La imposición al consumo en la era de los servicios digitales*.
- Sucasaca Cardeña, L. F. (2019). *Problemática actual y propuesta del tratamiento tributario del IGV en la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a consumidores finales, la necesidad de su regulación en la política tributaria del Perú Moderno*.
- Libro Segundo La Administración Tributaria, los administrados y la asistencia administrativa mutua en materia tributaria.
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro2/libro.pdf>
- Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta. Capítulo III De los contribuyentes. <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/ley/capi.pdf>
- Título I Del Impuesto General a las Ventas Capítulo I Del ámbito de aplicación del impuesto y del nacimiento de la obligación tributaria.
[http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/capitul1.htm#:~:text=ARTÍCULO 1º.- OPERACIONES GRAVADAS&text=a\) La venta en el,los constructores de los mismos.](http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/capitul1.htm#:~:text=ARTÍCULO 1º.- OPERACIONES GRAVADAS&text=a) La venta en el,los constructores de los mismos.)
- Tupayaqui Abarca, M. (2019). *Análisis de la incidencia del Impuesto a la Renta en los casos de Uber y Airbnb*.
- Videla Kamenopolsky, J. A. (2019). *El e-commerce en Impuesto a las Ganancias e IVA en Argentina para el año 2019. Comparación con Chile. Propuesta impositiva*. Universidad Siglo 21.
- Villanueva, W. (2008). La prestación de servicios en el IGV. Entre la necesidad de definir el hecho gravado y la generalidad del impuesto. *Advocatus*, 019, 247–263. <https://doi.org/https://doi.org/10.26439/advocatus2008.n019.459>
- Zegarra, R. (2019). Comentarios para modernizar el régimen del Impuesto General a las Ventas en el Perú en el marco de la economía digital: La experiencia de la Comunidad Europea y el inmaduro régimen peruano. *THEMIS Revista de Derecho*, 76, 271–290.

Índice de anexos

Índice 1: Estructura tentativa del proyecto.....49

Índice 2: Matriz de Consistencia.....52

Anexo 1: Estructura tentativa del proyecto

SECCIÓN PRELIMINAR

Carátula

Dedicatoria

Agradecimientos

Resumen de la Tesis

Índice general

Índice de tablas

Índice de figuras

CUERPO DE LA TESIS

Introducción

Capítulo 1: Marco Teórico e Hipótesis y variables

1.1. Marco teórico

1.1.1. Antecedentes

1.1.2. Bases Teóricas

1.1.2.1. Administración Tributaria

1.1.2.1.1. Marco Tributario del IGV

1.1.2.2. Servicios

1.1.2.2.1. Servicios digitales

1.1.2.2.1.1. Servicios de streaming

1.1.2.2.1.1.1. No domiciliadas

1.2. Hipótesis y Variables

1.2.1. Hipótesis General

1.2.2. Hipótesis Específicas

1.2.3. Identificación y operacionalidad de variables

Capítulo 2: Metodología de la investigación

2.1. Tipo de Investigación

2.2. Diseño de la Investigación

2.3. Población y muestra

2.3.1. Descripción de la Población

2.3.2. Selección de la muestra

2.4. Recolección de datos

2.4.1. Diseño de instrumentos

2.4.2. Aplicación de instrumentos

Capítulo 3: Resultados de la Investigación

3.1. Interpretación de la normatividad tributaria aplicable a los servicios de streaming de las no domiciliadas

3.2. Análisis del impacto en la recaudación tributaria

Conclusiones y Recomendaciones

SECCIÓN FINAL

Referencias Bibliográficas

Índice de abreviaturas y siglas

Glosario

Anexos

Anexo 2: Matriz de Consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Metodología de Investigación
¿De qué manera el tratamiento tributario del IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas impactan en los ingresos tributarios del Estado peruano?	Determinar el impacto del tratamiento tributario del IGV de las empresas de servicio de streaming no domiciliadas en los ingresos tributarios del Estado peruano	El tratamiento tributario del IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas impactan de manera negativa en los ingresos tributarios del Estado peruano.	<p>Variable X: Tratamiento tributario del IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas.</p> <p>Indicador: No recaudación del IGV en el Perú por servicios de streaming de no domiciliados</p> <p>Variable Y: Ingresos tributarios del Estado peruano.</p> <p>Indicador: Ingresos por tributos – SUNAT</p>	<p>Tipo de investigación: Mixta</p> <p>Nivel de investigación: Explicativa Correlacional</p> <p>Método de investigación: - Analítico - Deductivo</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		Diseño de investigación:
¿En qué medida el tratamiento tributario del IGV contempla a la población que consume servicios de streaming en el territorio peruano?	Verificar si el tratamiento tributario del IGV permite gravar el impuesto por servicios de streaming en el territorio peruano.	El tratamiento tributario del IGV permite gravar el impuesto por servicios de streaming en el territorio peruano solo a las personas jurídicas y personas naturales habituales.	<p>Variable X: Tratamiento tributario del IGV</p> <p>Indicador: Ámbito de aplicación del IGV</p> <p>Variable Y: Población que consume servicios de streaming.</p>	<p>Descriptivo Correlacional Explicativo</p> <p>Población y muestra: Estimación del IGV en empresas del servicio</p>

			Indicador: Población generadora del hecho imponible de servicios de streaming	de streaming no domiciliadas
¿De qué manera el crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana impacta en la recaudación del IGV?	Determinar el impacto del crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana en la recaudación del IGV	El crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana impacta de manera inversa en la recaudación del IGV.	Variable X: el crecimiento del consumo de los servicios de streaming en la población peruana Indicador: Crecimiento de ingresos por consumo de servicio de streaming Variable Y: Recaudación del IGV Indicador: Ingresos tributarios	Técnica de recolección de datos: <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de estadísticas - Posturas de distintos autores - Análisis de documentos - Entrevistas - Fichas bibliográficas
¿En qué medida las empresas de streaming no domiciliadas cumplen el principio de neutralidad?	Determinar el cumplimiento del principio de neutralidad en las empresas de streaming no domiciliadas.	Las empresas de streaming no domiciliadas incumplen con el principio de neutralidad	Variable X: Empresas de streaming no domiciliadas Indicador: Informes de comparación entre empresas domiciliadas y no domiciliadas que brindan servicios de streaming Variable Y: Principio de neutralidad Indicador: Legislación tributaria	Instrumentos: <ul style="list-style-type: none"> - Datos estadísticos - Informes - Entrevistas Fuentes: <ul style="list-style-type: none"> - Regulación Tributaria - Bibliografías